

TESIS
458

Investigación de Mercado sobre un Segmento de Negocios a Desarrollar en el País.



Lic. Alexandra Linares Low

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR
Maestría en Hotelería
Tesis Final
Noviembre de 2006

Índice

Prologo: Objetivo de la Tesis.....	1
I. Buenos Aires es un Destino Top para Captar Mercado Creciente.....	2
a. Nuevas Tendencias de un Mercado Creciente de Turistas en Buenos Aires....	2
b. Perfil del Mercado Gay.....	3
c. Las Mujeres.....	5
d. Llegadas y Gastos.....	5
e. Perfiles de Turistas Extranjeras en Buenos Aires.....	11
II. Definición del Turismo Gay: Quienes Son, de Donde Vienen.....	15
a. Definición del Turismo Gay.....	16
b. Rol que Ocupan en el Mercado.....	17
c. Tendencias del Viajero Gay.....	17
d. Demográficos.....	18
III. Hospedaje en Buenos Aires y Otras Alternativas.....	27
a. Oferta Actual en Buenos Aires.....	26
b. Otras Alternativas: Alquiler de Apartamentos o Apart-Hotel.....	33
IV. Las Nuevas Tendencias de Buenos Aires y la Apertura del Axel Hotel, Primer Hotel de Lujo Gay de Latinoamérica	36
V. Otros Destinos Internacionales Elegidos por la Comunidad Gay y Como Eligen sus Destinos.....	41
a. TOP 10.....	46
b. Especialistas de la Industria del Turismo Gay.....	49
c. Red de Hospitalidad Gay.....	50
VI. Conclusión.....	52
Bibliografía.....

Objetivo de la Tesis:

He terminado un trabajo de investigación y opinión sobre un nicho de mercado turístico de Argentina que presenta oportunidades de negocio orientado a desarrollistas.

Otras ciudades del mundo han comenzado a poner en práctica acciones de infraestructura, "know how", inversiones, servicios y marketing para alcanzar niveles de rentabilidad por sobre la media del sector.

En Buenos Aires, la oportunidad de negocio está basada en la velocidad del retorno de la inversión, debido a que la oferta del mercado es superada ampliamente por la demanda fundamentalmente internacional.

Este factor convierte a la propuesta en muy atractiva para desarrollistas que deseen invertir en proyectos con buenas tasas de retorno.

He aplicado conceptos y métodos adquiridos en la Maestría para la realización de este trabajo. Si bien el nicho de mercado sobre el que se centra la presentación no es aún el más aceptado socialmente, desde el punto de vista académico ha representado un desafío desarrollar este trabajo superando prejuicios instalados y generando valor en sus conclusiones.

A continuación, hago la presentación de mi trabajo.

Atentamente,

Lic. Alexandra Linares Low



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I. Buenos Aires es un Destino Top para Captar Mercado Creciente.

En los últimos 5 años, Buenos Aires ha vivido un “boom” turístico, en parte por la devaluación del Peso Argentino. No obstante, Buenos Aires es una ciudad que atrae turismo por su combinación de la elegancia europea de ciudades como París o Madrid con el espíritu Sudamericano. Visitar Buenos Aires genera una experiencia casi “deja vu” de Europa, con sus gran bulevares, parques, arquitectura sofisticada y su moda cosmopolita. Paseando por los barrios de la Recoleta, Palermo o Belgrano, uno podría pensar que esta en el Distrito 16 de París. La combinación del cambio favorable del peso argentino, comparado con el tipo de cambio euro, facilita que muchos turistas viajen a Buenos Aires en busca de esa experiencia sofisticada y cosmopolita.

A. Nuevas Tendencias de un Mercado Creciente de Turistas en Buenos Aires

Entre los turistas que están visitando Buenos Aires, el mercado gay es una comunidad que se está mostrando, con mucha influencia y potencia, en el crecimiento del turismo. Buenos Aires se está convirtiendo en un destino muy popular en gran parte porque es considerada una de las ciudades más abiertas de Latinoamérica. En los próximos segmentos, veremos un análisis del mercado gay y sus tendencias de viajes y consumo, mostrando que es un mercado dispuesto a consumir y gastar más que el mercado heterosexual dado a varios factores del estilo de vida (por ejemplo, no suelen tener hijos). Es un nicho que valora calidad y está dispuesto a invertir más para obtenerlo, pero a nivel hospedaje en Buenos Aires, hay una escasa oferta para este grupo. Actualmente, hay 5 establecimientos de hospedaje para turistas gay (de categoría *hostel* o *bed & breakfast*), y un hotel de lujo en construcción con apertura en 2007. A medida que va creciendo el turismo en Buenos Aires, también está creciendo el turismo gay entrando al país, generando nuevas oportunidades para aquellos que desean incorporarse en el mercado y aportar nuevos servicios e infraestructura.

En los últimos 10 años, Buenos Aires ha mostrado mucho progreso, estableciendo leyes anti-discriminatorias. En 1996, Buenos Aires fue la primera ciudad latinoamericana que prohibió la discriminación basada en varios motivos, entre ellos la discriminación de la orientación sexual de un individuo. En diciembre del 2002 Buenos Aires se convirtió en

la primera ciudad de Latinoamérica en sancionar la ley de unión civil ("matrimonio gay") y a fines de febrero de 2005 se realizó en Buenos Aires una convención de la Asociación Internacional de Turismo Gay-Lésbico (IGLTA- Internacional Gay Lesbian Travel Association), que se hace cada cuatro años en algún importante destino del mundo, y reúne a cientos de promotores especializados. (Fuente: La Nación: <http://www.lanacion.com.ar/785595>)

La comunidad gay de Argentina, particularmente la de Buenos Aires, es muy activa. Desde 1992, La Marcha del Orgullo Gay se realiza el primer sábado de noviembre cada año para conmemorar la formación de la primera organización gay de Buenos Aires creado en 1969. Adicionalmente, la ciudad será anfitrión este año para la primer copa mundial gay de fútbol, y la Asociación Internacional Gay-Lésbico de Fútbol (IGLFA) ha elegido Buenos Aires como ciudad donde se realizara el cuarto Campeonato Anual de IGLFA.

Debido a la historia de la ciudad, Clive Sanders, editor del sitio Web de "London Gay Times Travel" explica que:

Buenos Aires es probablemente la ciudad más liberal y "gay-friendly" (amistoso a gays) en América Latina. Aquí se encuentra un gran y sofisticado ámbito gay... Estábamos muy sorprendidos con Buenos Aires, porque tiene una cultura gay que se compara favorablemente con cualquier ciudad de su tamaño en Europa o Norte América. Hay numerosos bares, restaurantes, boliches y saunas para gays. ...Creemos que la combinación de su brillo y su influencia "europea" hará que visitantes gay y lesbiana se sentirán cómodos. Las leyes recientes, afectando gays y lesbianas, con la devaluación del peso han generado un crecimiento en el turismo, particularmente proviniendo de los Estados Unidos. (<http://www.gaytimes.co.uk>)

B. El Perfil del Mercado Gay (cifras de www.clarin.com.ar):

Actualmente, no hay cifras oficiales del turismo gay en Argentina, pero según la Secretaria de Turismo del Gobierno de la Ciudad, en 2005 visitaron 5.200.000 personas, de las cuales la mitad eran del exterior. De esa mitad, se estima que un 20% es

homosexual (por lo cual ocuparían un 10% del mercado de turismo a la Argentina) y que las mujeres lesbianas solo ocupan un 20% del grupo.

La mayoría de turistas gay vienen de los Estados Unidos, y se estiman que ocupan un 50% de dicho mercado. Aproximadamente 35% viene de Europa, Canadá, Sudáfrica y Australia y un 15% restante de América Latina u otros países.

Cuando hablan de un turista extranjero gay, los operadores del rubro describen a un hombre entre 28-45 años, sin obligaciones familiares, buen nivel económico y tiempo disponible para moverse. "Calculan que, en promedio, gastan un 25 % más que los turistas heterosexuales. A las parejas las denominan con la sigla DINK, que significa *doble ingreso, sin chicos* (doble income, no kids)" (Mi Buenos Aires Querido, www.clarin.com.ar), 85 % se aloja en hoteles de más de 4 estrellas y el gasto diario es un promedio de u\$s 150 (incluye excursiones y salidas a discotecas, pero excluye alojamiento- con alojamiento y comida, gastan un promedio de USD \$250).

Carlos Melia, dueño de la agencia de viaje *Pride Travel* y representante en Sudamérica de IGLTA (Asociación Internacional de Turismo Gay/Lesbico) explica que, "No tienen temporada para viajar y como normalmente no tienen hijos ni una familia para mantener, dedican muchos recursos al ocio y a la salud". (Mi Buenos Aires Querido, www.clarin.com.ar)

Otro jugador clave en el mercado, Alfredo Cañete Ferreira, gerente general de Buegay, explica que todos sus clientes son extranjeros (EE.UU. en un 80%, 18% de Europa, Canadá, Sudáfrica y Australia y 2% de América latina). "Algunos viajan en pareja y otros solos, en una proporción similar. El promedio de edad es entre 35 y 55 años, aunque también vienen jóvenes de 21 o señores de 70 y más. Son de alto nivel económico y educativo y prefieren los hoteles de 4 y 5 estrellas, ya que los de ese nivel son siempre "gay-friendly." En Buenos Aires la hotelería gay es un concepto muy nuevo: hay sólo dos bed & breakfast específicamente para turistas gay y mucha gente alquila departamentos amueblados por una semana o 10 días. Y cada vez viene más turismo gay. Ferreira también explica que "En general, realizan una profunda investigación de lo que quieren conocer y, por ende, saben exactamente lo que buscan